

板橋区産業振興構想2035 素案（本編）

「板橋区産業振興構想2035」のメッセージ

「板橋区産業振興構想2035」の全体像

序章 「板橋区産業振興構想2035」の策定背景

1. 「板橋区産業振興構想2025」の振り返り
2. 新たな産業振興構想の策定について

第1章 区内産業と産業を取り巻く環境変化

1. 区内産業の現状
2. 区内産業を取り巻く世の潮流
3. 区内産業と環境変化のSWOT分析

第2章 2035年に向けた産業振興

1. 板橋区産業の将来像および「板橋重点イノベーション分野」
2. 将来像達成のための産業振興戦略
3. 戦略に基づく施策
4. 各業種の方角性

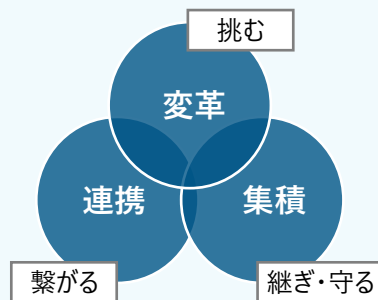
第3章 産業振興構想の推進体制

1. 構想の達成度合いの測り方
2. 成果の評価・推進体制

「板橋区産業振興構想2035」のメッセージ

「板橋区産業振興構想2035」は
「**変革**」「**連携**」「**集積**」を
基本的な視点とし
成長志向の産業育成に取り組んでいきます

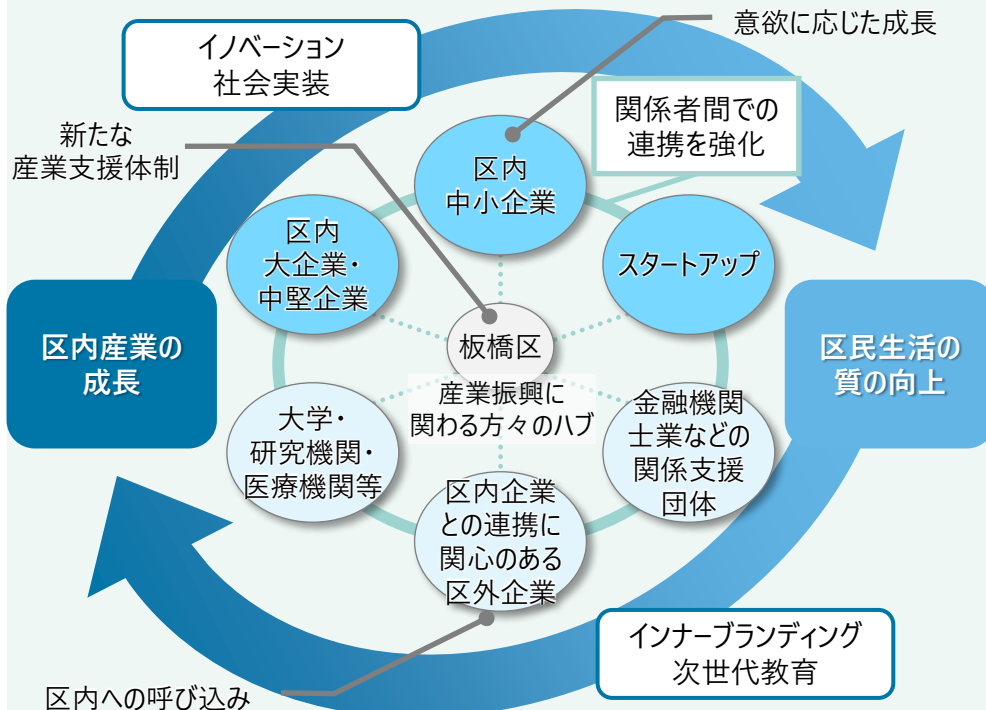
区が産業振興に関わる方々のハブとなり
連携を強化することで
共に将来像を実現します



2035年の将来像

新たな発見に出会える、ブランド創造都市

めざす姿：ブランド創造都市となり
産業の成長と区民生活の質の向上が循環する



「板橋区産業振興構想2035」の全体像

2035年の将来像

新たな発見に出会える、ブランド創造都市

板橋重点イノベーション分野

ヘルスケア

ドローン

3つの柱

産業基盤の強化
時代の変化を
乗り越える

成長志向の産業育成
イノベーションを
起点とした

将来像実現
に向け注力

区民生活の成長と
産業の融合

7つの戦略

- 区内産業を内側から支える産業支援体制の構築
- 事業者の成長を推進する次代を担う人づくり
- 「新しい稼ぎ方」への転換支援
- 事業者間ネットワークの構築によるイノベーション創出
- 情報発信・ブランディングによる区外事業者の誘引
- 次世代を中心とした区民と区内産業の距離を縮めるインナーブランディング
- 社会実装を通じた体感機会の創出

15の施策

- 区内事業者と支援機関が一体となった産業マネジメント組織の組成
- コーディネート機能の強化と区内外の支援機関とのネットワークの強化による包括的な伴走支援
- 区内の若手や地域の人材を中心とした多様な人材の確保・定着
- 現場のリーダーとなる中核人材の育成機会の創出
- 外部に開けた事業承継・新規創業支援と産業のトレンドをフル活用した事業継続支援
- M&A、データ活用、海外展開等を足掛かりとした業態転換・事業拡大支援
- 「板橋重点イノベーション分野」を中心としたイノベーション創出をリードするスタートアップの育成
- 「板橋重点イノベーション分野」を中心とした多領域での連続したイノベーション創出支援
- 産業全体の付加価値向上と事業者の利益につながるブランディング
- イノベーション・エコシステムの形成・拡大につながる産業情報の発信
- 区民が区内産業に共感する原体験となるにぎわい機会の創出
- 将来の区内産業を担う児童・生徒・学生を育てる次世代教育
- イノベーションを高速化するための社会実証フィールドと社会実装フィールドの整備
- 区内事業者と区民の双方に実利を生み出す社会実装の仕組の構築

戦略実行のために必要な機能を備えた産業支援施設の整備と
工業専用地域の機能維持

業種別方向性

工業：区内産業の中核を担う

光学：国内のトップ産業をめざし区内産業の成長をけん引する

印刷：地場産業としての伝統を守りつつ変革のモデルとなる

商業：

事業者が垣根を越えて連携し新たな消費者を獲得する

農業：

新たな農の価値創造により区民生活に彩りと豊かさをもたらす

序章 「板橋区産業振興構想2035」の策定背景

1 「板橋区産業振興構想2025」の振り返り

(1) 「板橋区産業振興構想2025」で掲げた目標の達成状況

	指標	策定時の実績	令和2年時点の目標と結果	令和7年時点の目標と結果
工業	①製造品出荷額等の都区内順位・額	第1位 4,258億円	目標 第1位維持 結果 2位 3,381億円	第1位維持 2位 4,056億円
	②製造業付加価値率	43.75%	目標 策定時より増加 結果 39.77%	5年後から増加 39.09%
商業・その他産業	③1店舗（個店）当たりの売上額（中央値）	1,000万円	目標 策定時より増加 結果 975万円	5年後から増加 2,075万円
	④商業・サービス業等事業所数	8,529事業所	目標 維持 結果 8,041事業所	維持 7,060事業所
農業	⑤生産農家戸数に占める販売農家戸数の割合	41%	目標 策定時より増加 結果 35%	5年後を維持 42%
	⑥区民農園数・区画数	39農園 2,212区画	目標 策定時より増加 結果 34農園1,919区画	5年後を維持 28農園1,708区画
産業全般	⑦創業比率	1.47%	目標 策定時より増加 結果 4.41%	5年後から増加 5.12%

※各数値の詳細は参考資料参照

(2) 「板橋区産業振興構想2025」の総括

板橋区は「板橋区産業振興構想2025」（以下、「前構想」とする）に基づいて事業計画を更新しながら、下記に代表される様々な施策に取り組んできました。

- 新型コロナウイルス感染拡大による経済打撃に対し、中小企業向けの支援策を実施。助成金や相談窓口設置等を通じ、経済危機を乗り越え区内産業を維持
- これまでの個人への就職支援から、人材確保や育成のための事業者向け支援への注力に転換し、中長期的な事業継続の促進と区の産業力の底上げを実現
- 区の食品ブランド「板橋のいっぴん」のリニューアルのほか、「いたばし産業見本市」を令和6年から区民向けに拡大し、令和4年に1,548名であった参加者は令和6年に3,169名*1にまで増加。平成26年から続く、光学・精密機器分野における研究者・技術者の団体と事業者が一堂に会する「板橋オプトフォーラム」では、大学との連携を強化

一方で、前構想で掲げた多くの目標が未達成となっている状況であり、特に、区的主要産業である工業における付加価値率の低下は、区内産業全体の競争力の低下につながると捉えています。これを踏まえ次期構想では、区内産業の現況だけではなく世の潮流を的確に捉え、成長志向の産業振興構想を策定します。

2 新たな産業振興構想の策定について

(1) 目的

板橋区では前構想に基づき、約10年にわたり様々な産業振興施策を推進してきましたが、前項にも記載のとおり達成できていない目標も多く存在します。また、人口減少、脱炭素化、ライフスタイルの変化、原料・資材の高騰、地政学リスクの高まり、急速なAI技術の進展等、社会情勢の大きな変化により、区内産業を取り巻く経済環境は先行きの見通しが不透明な状況にあります。

この状況を踏まえ、今後も長期的に区内産業が発展を続けられるよう、区内産業の現状と産業振興に係る世の潮流を踏まえた、板橋区の産業振興の指針となる「板橋区産業振興構想2035」（以下、「本構想」とする）を策定します。

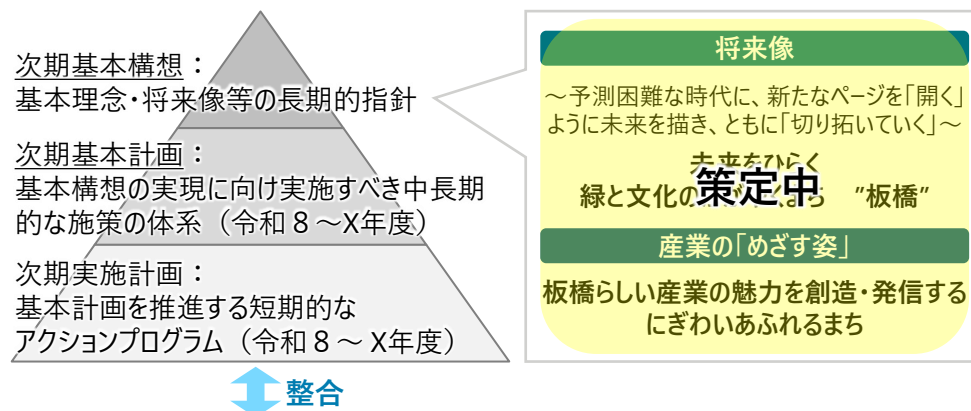
また、各施策に基づく事業計画は本構想では定めず、刻一刻と変化する経済環境に合わせ、産業振興の方針・戦略を踏まえながら、その方向性を見据える形で柔軟に事業を実施していきます。

(2) 期間

令和8年度を始期とし、概ね10年間の板橋区全体の将来像を描く「板橋区基本構想」に合わせ、本構想も令和8年度を初年度とし、令和17年度までの10年間を構想期間とします。

(3) 位置づけ

本構想は、次期基本構想・基本計画・実施計画との連携・整合を図り、産業分野の目標達成をめざす個別計画として位置づけます。



板橋区産業振興構想2035（令和8～17年度）

第1章 区内産業と産業を取り巻く環境変化

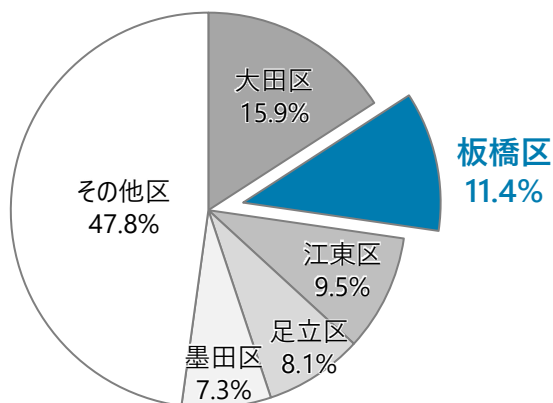
1 区内産業の現状

(1) 区内産業の概況

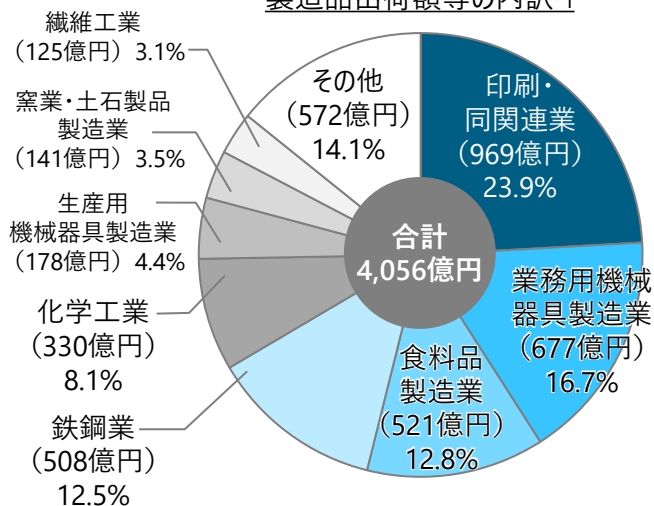
①産業構造

東京23区内で製造品出荷額等が第2位であり
製造業が板橋区産業をけん引していることが分かります

東京23区内における製造品出荷額等の割合*1



板橋区における
製造品出荷額等の内訳*1



板橋区における
製造品出荷額等上位5業種の
東京23区内における順位*1

印刷・同関連業
23区中第1位

業務用機械器具製造業
23区中第1位

食料品製造業
23区中第2位

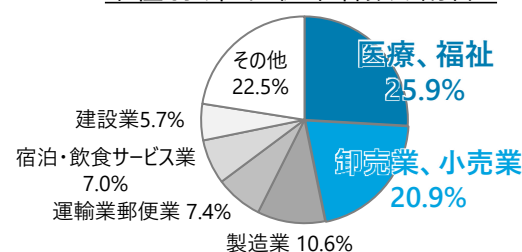
鉄鋼業
23区中第2位

化学工業
23区中第3位

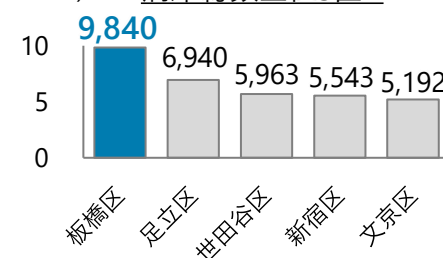
医療・福祉および商業が雇用を支えており、
特に東京23区内でも医療環境が充実しています

医療・福祉および商業で従業者数の4割以上を占めます。また、病床総数が9,840床と東京23区内で1位を誇り*2、医療環境が充実しています。

業種別の区内従業者数の割合*3



東京23区内における
病床総数上位5区*2
(単位:千)



②産業全体の特徴

工業が中核でありつつ多様な産業を有しています

東京23区内随一の工業専用地域を持つ、都内有数の工業集積地であり、光学・精密機器産業、印刷・同関連業、食料品製造業、鉄鋼業、化学工業を中心に、ものづくり企業が集積している一方、区内全域に商業が広がり、また、都内で貴重な農地を保有している等、多様な産業が共存しています。

産業の伝統を示す板橋区ならではのストーリーを持っています

板橋区には、明治時代に建設された国史跡「陸軍板橋火薬製造所跡」があり光学・精密機器産業が集積するきっかけとなりました。戦後は旧理化学研究所板橋分所が入所し、ノーベル物理学賞受賞者の湯川秀樹やその師である仁科芳雄が宇宙線研究を行った日本物理学会の中心地です。区内産業の原点として高い技術力を持つ産業を生み出してきた板橋区ならではのストーリーがあります。

物流に強みを持ち、東京都の内外をつなぐ結節点に位置しています

区の縦横に幹線道路が走る充実した交通網と、トラックターミナル・大型倉庫・ドローンフィールドを併設した大型物流拠点等、東京都の内外をつなぐ物流の結節点であり、区内事業者の約半数が、区内で事業を行う一番の強みとして「道路交通の利便性の高さ」を挙げています。*4

第1章 区内産業と産業を取り巻く環境変化

1 区内産業の現状

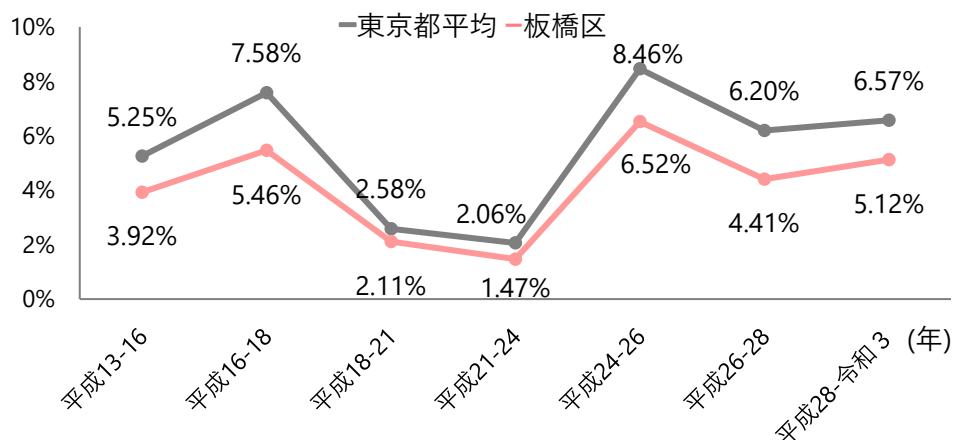
(1) 区内産業の概況

③産業全体の課題

創業者数の割合は低い水準で推移しています

事業者の総数に占める創業者数の割合は東京都平均に比べ低い水準で推移しており、また東京23区内におけるスタートアップ創業数のうち板橋区での創業数割合は1%以下*1となっています。

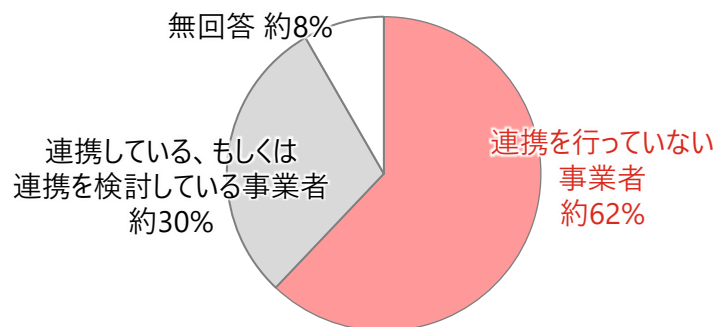
創業者数割合の推移*2



区内事業者は個別に経営努力をしている一方で、差別化や付加価値を高めるための事業者間連携は十分ではありません

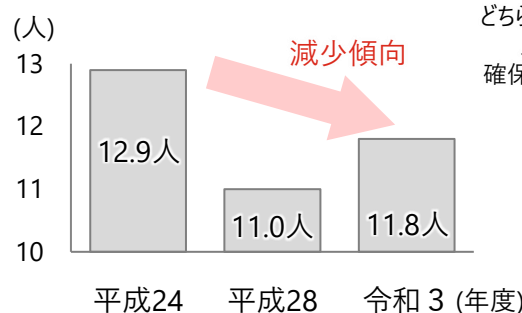
差別化や付加価値を高めるための外部の企業や機関と連携を行っている

区内事業者の割合*3

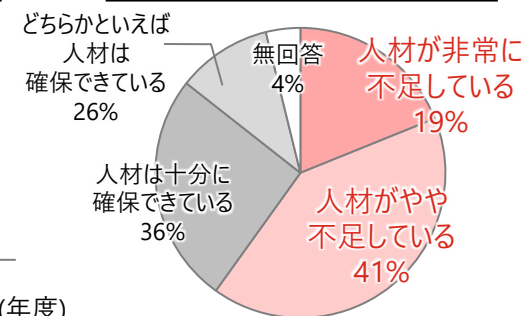


1 事業者当たり従業員数は減少傾向にあり、約6割の事業者が人材不足を実感しています

区内1事業者あたり従業員数*4

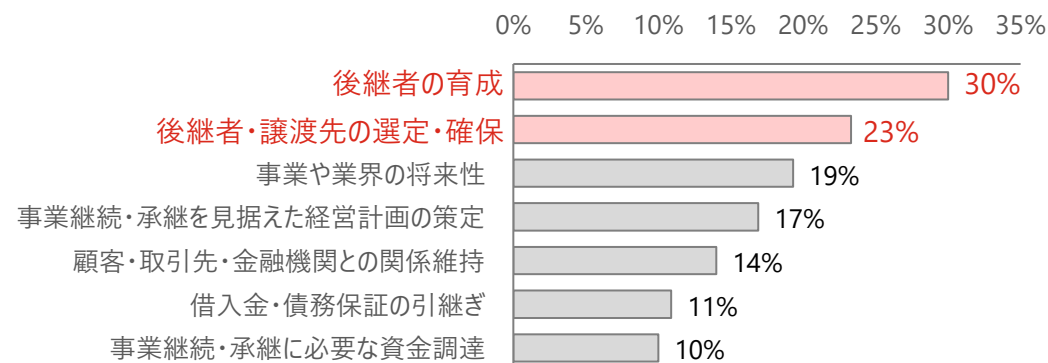


区内事業者の人材の確保状況*3



区内事業者の事業継続・承継において後継者の確保・育成が最も重要な課題となっています

区内事業者の事業継続・承継における具体的課題（上位7項目）*3



区外や区民への、産業に係る情報発信が不足しています

区内には世界に誇る高い技術力を持つ事業者が多く立地していますが、区内事業者・区民への認知度は十分ではなく、また、多くの中小企業が対外的な情報発信に時間や費用を掛けられず、新たな販路の獲得に課題を感じています。

第1章 区内産業と産業を取り巻く環境変化

1 区内産業の現状

(2) 産業分野別の状況

①工業

東京23区内で随一の工業専用地域を持つ都内有数の工業集積地であり、**光学・精密機器産業と印刷・同関連業が地場産業として発展しています**

東京23区内で随一の工業専用地域や、全国でも珍しい産業育成型の地区計画を策定した工業地域等、豊富な工業系用途地域を有しています。事業所数、従業者数、製造品出荷額等、付加価値額は減少傾向にあるものの、東京23区内では常に上位を維持しており、東京都を代表する工業都市として、工業が区内産業の中核を担っています。

特に、光学・精密機器産業と、高度経済成長期に台頭した印刷・同関連業が、区の地場産業として挙げられます。

光学・精密機器産業が高い技術力で区内産業をけん引し「光学の板橋」としてのブランドの確立をめざしてきました

光学分野は高い技術力を持ち、国内外でトップシェアを誇る事業者も存在します。また、日本光学会、理化学研究所および宇都宮大学と連携し、光学関連の事業者・団体とのネットワークを強化しながら、「光学の板橋」としてのブランドの確立をめざしています。

他にも、病院等の臨床現場が抱えるニーズと、区内のものづくり企業が持つ技術を結び付ける「医工連携交流会」の開催等、産官学連携が進んでいます。

印刷・同関連業も、高い技術力を誇る地場産業として区のブランド強化に貢献してきました

印刷・同関連業も、光学・精密機器産業と並ぶ区の地場産業です。印刷・製本において高い技術力を持ち、印刷・同関連業の製造品出荷額等は全国1位^{*1}を誇ります。

その強みを活かし、区は、まちづくりの領域で「絵本のまち板橋」事業を推進し板橋区ならではのブランドとして絵本文化を発信しています。

工業全体の課題として、生活において産業を身近に感じる機会が減少しています

事業所数の減少による集積力の低下、マンション等の住宅の増加および工業集積が進んだ時代を知らない定住人口の増加等により、新たな区民や子どもたちの産業との接点が減少しており、産業を身近に感じる機会が少なくなっています。

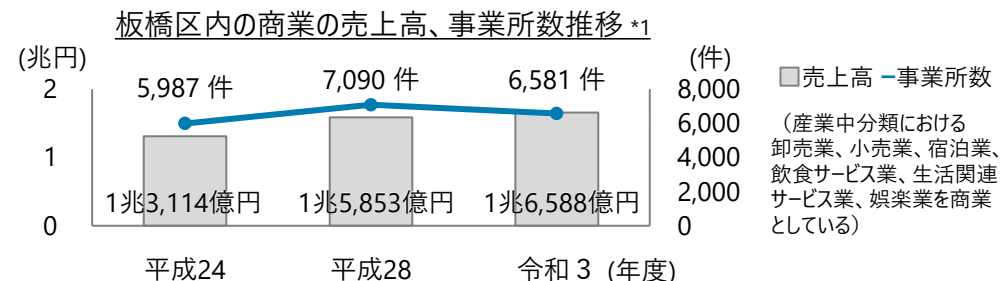
②商業

区内に85件の商店街がありますが、年々減少傾向にあります

商店街連合会に加入している商店街は令和6年時点で44件、全体では令和4年度時点で85件と、板橋区全域に多数の商店街が広がっていますが、平成25年度の100件から減少が続いています。^{*2}

若い住民ほど商店街の利用は少ない状況にあります

商店街の利用頻度を年代別にみると、若い年代ほど商店街を利用していない傾向が見られ、特に10～20代は4人に1人以上が全く利用していない状況です。^{*3}
コロナ禍を経て事業所数は減少しましたが、売上高は増加が続いています



③農業

区内の農地は小規模かつ点在しており農地面積の縮小が続いています

成増・西台エリアを中心に集積する農地は年々減少傾向にあり、平成29年に2,047a存在していた農地は、令和5年に1,774aまで減少しました。また、宅地への農地転用が進んだ結果、10a以上20a未満ほどの小規模農地が点在している状況にあります。^{*4}

農家数も減少傾向にありますが、農業人材の育成を進めています

平成27年度の農家数は157戸でしたが、令和5年度には127戸まで減少しました。一方で、区は成増農業体験学校、農業スキル育成講習、農のサポーター制度等により、農業人材の育成を進めています。^{*4}

農業は区民生活に潤いを与えています

農地・農家が減少する中でも、収穫体験等のにぎわい創出事業は継続して実施し活況を見せており、また、区民農園の利用率が100%を維持していることから、区内農業が区民生活に潤いを与えていることが分かります。

5 出典：1) 2012年度、2016年度、2021年度「経済センサス・活動調査」(経済産業省)；2) 2022年度「東京都商店街実態調査」(東京都産業労働局)；「商店街一覧」<https://www.i-shoren.com/saititiran.html>。(板橋区商店街連合会)；2016年度「板橋区産業振興事業計画 2025」(板橋区産業経済部)；3) 2024年度「区内産業主要現況調査」(板橋区)；4) 2015年度、2023年度「板橋区農業経営実態調査」(板橋区農業委員会)

第1章 区内産業と産業を取り巻く環境変化

2 区内産業を取り巻く世の潮流

(1) 産業共通の潮流

①人口減少社会における産業成長

人口減少の進展により、高付加価値化へのシフトと イノベーション・エコシステムの形成が不可欠となります

わが国をはじめとした先進諸国における人口減少の進展により、コストカットを追求する「量」の競争ではなく、高付加価値化による「質」の競争がより重要となります。そのため、新たな価値を生み出すための、社会課題解決を起点としたイノベーション創出が不可欠となり、イノベーションを創出するための、新技術を活用したスタートアップの育成や、産・官・学・スタートアップのエコシステム形成、大企業・中堅企業が起点となるオープンイノベーションの促進等が、産業の成長に必要となります。^{*1,2}

人手不足の中でイノベーション人材の育成が重要となります

長期的な人口減少が避けられない中、いかに一人一人の生産性を高めるかが産業の成長においてより重要となります。特に、人手に限界がある中小企業では、労働人材だけではなく、現場のリーダーとしてイノベーション創出を進める中核人材の育成が急務となります。また、人材を最大限活用するための、性別や年齢を問わない意欲のある人の活躍機会の拡大や、ジョブ型雇用（労働契約において職務が特定された雇用形態）の推進等の取組が広がっていきます。^{*3}

②デジタル化と脱炭素対応の高度化

デジタルは「導入するもの」ではなく、 「経営の土台として使いこなすもの」になります

デジタルツールを導入することに留まらず、データに基づいて経営体制を変革していくことや、データ活用を前提として戦略やビジネスモデルを検討していくことが、企業を経営するうえでの前提となります。^{*1,3}

脱炭素対応は付加価値ではなく、事業者の規模によらず 事業継続の前提となります

国によってカーボンニュートラルの推進度合には差があるものの、温室効果ガスを多く排出する製品・サービスの需要は減少していく見込みであり、温室効果ガス排出量の削減が、製品・サービスの付加価値から、先進国を中心とする市場への参入の前提となります。^{*1}

第1章 区内産業と産業を取り巻く環境変化

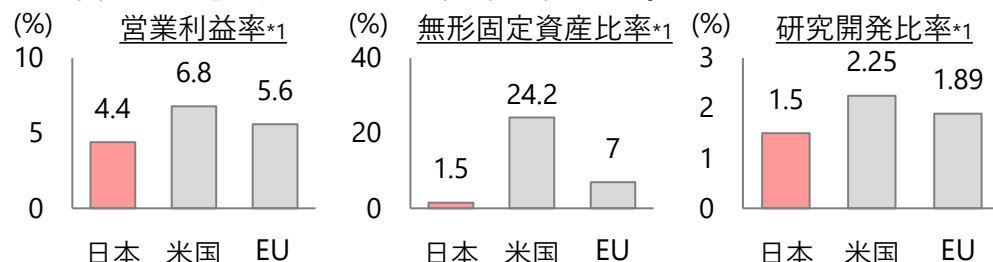
2 区内産業を取り巻く世の潮流

(2) 各産業の潮流

①工業の見通し

日本の製造業は諸外国と比較し「稼ぐ力」が不足している状況にあります

「稼ぐ力」とは、単に製品を作り出す力だけではなく、市場の変化に柔軟に対応し、持続的な成長を実現する力を指します。「稼ぐ力」を持つ事業者は営業利益率が高く、無形固定資産や研究開発への投資を積極的に行っていますが、米国・EUと比較し、日本はこの水準が低い状態です。



「稼ぐ力」の向上のために事業機会の拡大が求められます

利益率の向上に向けて、アフターサービスの提供や、サブスクリプション型（月額等の一定の料金をサービスを購入できる契約形態）のプラットフォームビジネスの展開等、「モノを作って売る」だけではない、ビジネスモデルの変革が求められていきます。特に、AI技術やセンシング技術（センサーを利用して物理量や音・光・圧力・温度などを計測・判別すること）を持つベンダーやスタートアップとの協業による、工場全体を最適化するための機器間データ収集・標準化や、中小製造業のビジネスモデル変革が進みます。

新たな価値を生み出す基盤として研究開発が進みます

世界的に新技術の創出が進む中で、日本においても「Society5.0」（サイバー空間とフィジカル空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の社会）*2の実現に向けて、産官学連携等による、ものづくりに関する基盤技術の研究開発が進みます。

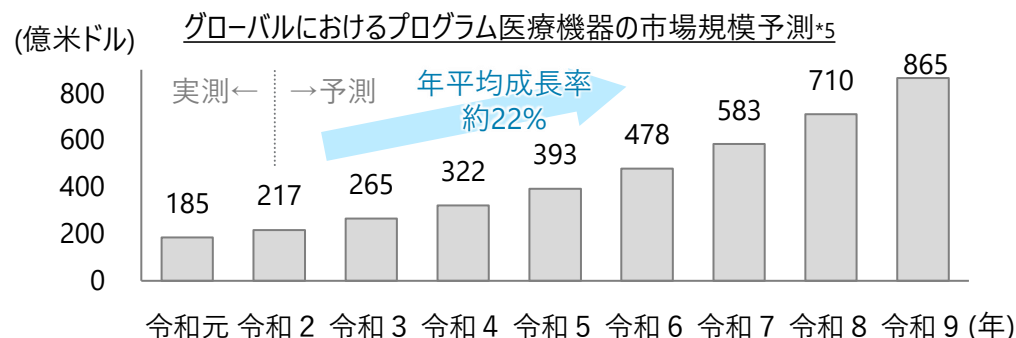
①-1：光学・精密機器産業の見通し

様々な成長市場に求められる基盤技術であり今後の成長が見込まれます

光学・精密機器産業は、半導体、ロボット、ヘルスケア、宇宙、ドローン、AR/VR（現実世界にデジタル情報を重ねて表示する技術/仮想の世界に没入して体験できる技術）等、複数の成長市場において必要な基盤技術であり、今後数年間で大幅な成長が見込まれています。

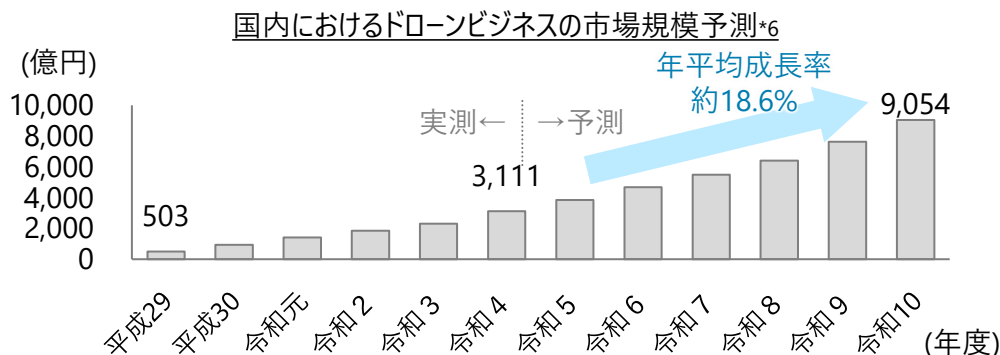
取組が進む医工連携領域においても市場の成長が見込まれます

高齢化の進展によりヘルスケア領域全体で令和14年まで年平均成長率約24%で市場規模が拡大していく見込み*4ですが、特に板橋区で取組が進む医工連携領域においては、疾病の予防・診断・治療に効果を発揮するプログラム医療機器（医療機器の要素を持つプログラム単体として流通する製品に加え、プログラムの搭載された記録媒体）やロボット手術といった、デジタル技術と医療機器を融合したヘルステック分野が今後大幅に成長していきます。



ドローン領域においても大幅な市場の成長が見込まれます

令和6年度に舟渡地域に竣工した都内最大級の物流拠点である「MFLP・LOGIFRONT 東京板橋」にドローンのR&D（研究開発）フィールドが併設されましたが、ドローン領域においても、令和10年度まで18.6%の高い年平均成長率で市場規模が拡大していきます。



第1章 区内産業と産業を取り巻く環境変化

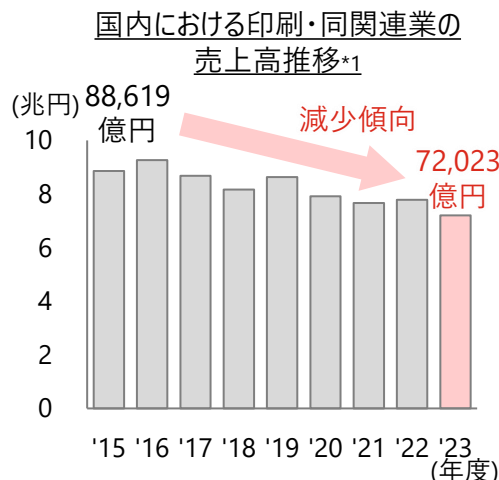
2 区内産業を取り巻く世の潮流

(2) 各産業の潮流

①-2：印刷・同関連業の見通し

紙需要が減少する中、ソリューションビジネスへの転換や新技術への注力が求められます

出版、広告業でデジタル化が進み、紙需要は今後も減少する見込みです。また、多品種小ロットの発注の増加、受注単価の低下が見られ、従来の印刷・同関連業の枠を超えたソリューションビジネスへの転換や特殊印刷等新技術への注力が必要となります。



②商業の見通し

人口減少による商圈の縮小に伴いEC（電子商取引）が進展する一方、実店舗はモノを売るだけではない新たな価値や機能が求められます

オンラインとオフラインにおける顧客接点を統合した高度なサービスの提供によるシームレスな買い物体験が日常となります。店舗は高齢者世帯の見守り拠点、医療・介護や行政等の様々なサービスの提供拠点等、地域・消費者のニーズに応え、モノを売るだけではない新たな機能・価値が求められます。

③農業の見通し

新たな担い手の確保やスマート技術の実装等による効率化が求められます

わが国の食料自給率が低下する中で農業を持続的に発展させるために、農地の集積・集約化による農地総量の確保、サービス事業体の育成等、「稼ぐ力」の向上とスマート技術の開発・実装による効率化が求められます。また、他産業に比べて担い手の高齢化・減少が深刻であることから、農業人材の育成が求められており、気候変動への対策として、生産安定技術・品種の開発・普及等が推進されています。

3 区内産業と環境変化のSWOT分析

(1) 区内産業の現状と環境変化の整理と分析

区内産業の強み・弱みと産業振興に係る世の潮流における機会・脅威を整理しどのような戦略が必要かをクロスSWOT分析で導出しました

世の潮流	産業振興に係る	機会 脅威	現状の区内産業	強み 弱み	
世の潮流	産業振興に係る	機会 脅威	現状の区内産業	強み 弱み	
世の潮流	産業振興に係る	機会 脅威	現状の区内産業	強み 弱み	

- 都内有数の工業集積地でありつつ、商業・農業が発展している
- 光学・精密機器産業は高い技術力を持ち、医工連携が進んでいる
- 物理学発祥の地としての産業の伝統を示すストーリーを持つ
- 交通網が充実しており、多くの物流拠点がある
- 新規創業者・スタートアップが少ない
- 差別化や付加価値向上のための事業者間のつながりが不足している
- 人材確保・後継者確保への課題感が大きい
- 区内産業の区内外への情報発信が不足している
- 生活の中で区民が産業に触れる機会が減少している
- 社会課題領域を起点としたイノベーション創出によって競争優位性を高められる
- 光学は複数の成長分野に必要な基盤技術であり大幅な成長が見込まれる
- データ活用等による事業機会の拡大が求められる
- イノベーション創出のための、スタートアップ支援やエコシステム形成が必要となる
- 人口減少が進み人材不足がより深刻となる
- データの高度な活用や脱炭素社会に適応した経営が求められる
- 需要の減少や事業環境の変化に直面する産業において、業態転換や新技術への注力等、これまでとは異なる事業成長の方法が求められる

機会（O）		脅威（T）	
強み（S）	強みを伸ばし産業成長を促す	強みを活かし脅威を克服する	
	事業者間ネットワークの構築によるイノベーションの創出	情報発信・ブランディングによる 区外事業者の誘引	
	「新しい稼ぎ方」への転換支援	事業者の成長を推進する 次代を担う人づくり	
	社会実装を通じた体感機会の創出	区内産業を内側から 支える産業支援体制の構築	
弱み（W）	次世代を中心とした区民と区内産業の 距離を縮めるインナーブランディング	弱み・脅威を乗り越える抜本的改革	
	機会を活かし弱みを強みに変える		

第2章 2035年に向けた産業振興

1 板橋区産業の将来像および「板橋重点イノベーション分野」

(1) 板橋区産業の将来像

第1章より、板橋区は工業を中核としつつ商業・農業も発展してきていること、強みである光学・精密機器産業は今後さらなる成長が期待できること、また、人口減少社会において産業を発展させていくためには、事業者間での連携を通じて社会課題解決に通じるイノベーションの創出が必要であることが分かりました。

これらを踏まえ板橋区は

新たな出会いを通じて

区内外・業種を問わない事業者・団体やひとのつながりの形成によって新たなひとや技術等と出会い

多くのイノベーションが
創出されることで

工業を中核として商業・農業が発展を続け、区内産業の強みである光学技術等を活かせる成長分野で多くのイノベーションが創出される

ブランドを確立し「板橋区産」・
「板橋区発」が付加価値となり

「板橋区はひととひとがつながることで産業が成長しているまちである」というブランドが確立され、区内産業の認知度向上に留まらず「板橋区産」・「板橋区発」であることが付加価値となる

産業が成長を続ける
循環が出来る

さらに新たな事業者・団体・ひとが板橋区に集まり出会いが生まれることで、一つの産業領域の成長が他の産業領域の成長を生み出す循環ができる

ブランド創造都市をめざします

将来像

新たな発見に出会える、ブランド創造都市

この将来像を実現するためには、所属組織や地域に関わらず、また、区内事業者だけに限らず、板橋区産業に関わる全てのひとを大事にし、板橋区産業に関わるひとを増やすことが重要と考えます。

また、業種、企業の規模および事業者や支援機関といった属性の垣根を越えた、ひととひとのつながりが必要不可欠です。

板橋区がこれまで取り組んできた人材確保・育成支援やネットワーク機会の提供等を活かし板橋区産業が発展していくための財産として、「ひと」と「つながり」を重要視して産業振興に取り組めます。

めざす姿：ブランド創造都市となり
産業の成長と区民生活の質の向上が循環する

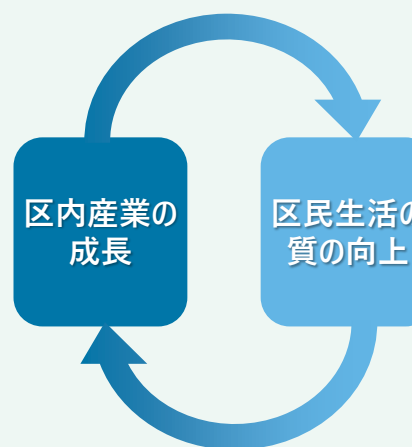


区内事業者が
区内外の事業者と協力しながら
新たなサービスや製品を生み出す



イノベーション
社会実装

区内外から
区内産業に共感する
人・事業者が集まり、
区内産業が
活性化している



区内事業者が
開発した新たな
サービスや製品が、
板橋区の生活の
利便性の向上に
つながっている

インナーブランディング
次世代教育



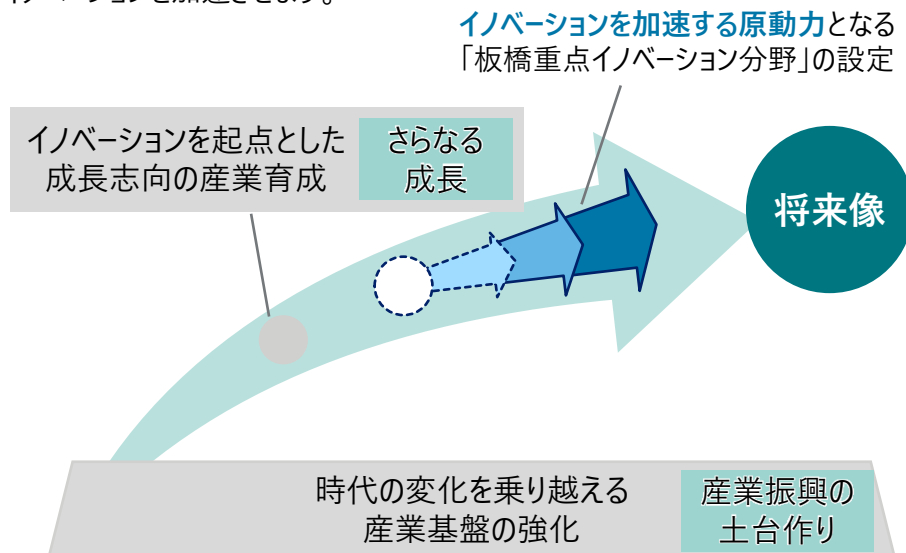
区民が、区内事業者の持つ魅力に
共感することで、
区民の区内への就職や
区内での起業が進む



1 板橋区産業の将来像および「板橋重点イノベーション分野」

(2) 将来像実現に向けた方向性

将来像を実現するため、まず土台づくりとして「時代の変化を乗り越える産業基盤の強化」を行い、さらなる成長志向の産業育成のため、板橋区独自のイノベーションを加速させます。



(3) 「板橋重点イノベーション分野」の設定

さらに、戦略的なイノベーション創出を行うため、板橋区では下記の4つの観点をもとに「板橋重点イノベーション分野」を定めます。

【観点1】工・商・農が参入・連携できる産業領域

【観点2】今後市場規模の成長が見込まれる産業領域

板橋重点イノベーション分野

【観点3】光学・精密機器産業の強みが活かせる産業領域

【観点4】板橋区の地域特性が活かせる産業領域

本分野を原動力としてイノベーション・エコシステムの拡大を図るアクションを実施していきます。

医療領域の強みとこれまでの医工連携の取組が活かせる「ヘルスケア」分野と、区内に研究開発フィールドがあり板橋区の物流網の強みを活かせる「ドローン」分野を当面の「板橋重点イノベーション分野」とします。また、時代の変化に合わせ、2035年までの10年間で定期的に本分野を見直します。

2つの「板橋重点イノベーション分野」

ヘルスケア

これまでの取組を拡大していく「板橋重点イノベーション分野」

展開イメージ（例）

AIヘルステック

× 光学・精密機器

小型AIモデルを搭載した
医療機器の開発・製造



IoTヘルステック

× 農業

農作業による健康効果を
測定する機器の開発・製造



ドローン

新たに集積・成長をめざす「板橋重点イノベーション分野」

展開イメージ（例）

ドローン運送

× 商業

ドローンによる生活拠点への
医薬品配送



ドローン計測

× 工業

ドローンでの撮影による
在庫、製造工程の可視化



第2章 2035年に向けた産業振興

2 将来像達成のための産業振興戦略

(1) 7つの戦略

将来像を実現するために3つの柱を掲げて7つの戦略を実行していきます

3 つの柱	時代の変化を乗り越える 産業基盤の強化	7 つの戦略	1	区内産業を内側から 支える産業支援体制の構築
	イノベーションを起点とした 成長志向の産業育成		2	事業者の成長を推進する 次代を担う人づくり
			3	「新しい稼ぎ方」への転換支援
			4	事業者間ネットワークの構築による イノベーションの創出
			5	情報発信・ブランディングによる 区外事業者の誘引
			6	次世代を中心とした区民と 区内産業の距離を縮めるインナーブランディング
	将来像実現に向け注力		7	社会実装を通じた 体感機会の創出
産業の成長と 区民生活の融和				

1	区内産業を内側から支える産業支援体制の構築	区内産業の高い競争力を維持し続けるために、変化する事業者の課題を面的に把握し、産官学・区内人材が一体となり、より一層幅広い区内事業者を対象とした、企画から実行まで支援します
2	事業者の成長を推進する次代を担う人づくり	工業・商業・農業等、区を代表する産業それぞれが、急速な経済情勢の変化に直面する中で、変化に対応し事業者が成長できるように人材の確保・育成を支援します
3	「新しい稼ぎ方」への転換支援	区内産業全体が変化を乗り越えられるだけではなく、変化を活用して集積の維持と競争力の向上を果たせるよう、成長意欲に応じた事業者の成長を後押しします
4	事業者間ネットワークの構築によるイノベーション創出	区内産業の競争力を高めていくため、スタートアップの確保・育成を含め、事業者間のネットワークを強化しイノベーションを創出していきます
5	情報発信・ブランディングによる区外事業者の誘引	区内産業の高い技術力と成長可能性を区内外に訴求し、新しいイノベーションを起こそうとする意欲のある事業者や団体を区外から誘引していきます
6	次世代を中心とした区民と区内産業の距離を縮めるインナーブランディング	商業・農業がもたらす生活の潤いや、光学を始めた区内工業の世界に誇る技術力等の魅力への区民の共感を促し、区内産業を担う人材を育てます
7	社会実装を通じた体感機会の創出	区内産業の技術・製品が区内で利用・消費されることで、区内事業者の「稼ぐ力」を向上させ、イノベーション創出のサイクルを早め、産業の成長と区民生活の質の向上を連動させます

3 戦略に基づく施策

(1) 施策体系

7つの戦略に紐づく15の施策に取り組んでいきます

3つの柱	7つの戦略	15の施策
産業基盤の強化 時代の変化を乗り越える	1 区内産業を内側から支える産業支援体制の構築	1 区内事業者と支援機関が一体となった産業マネジメント組織の組成 2 コーディネート機能の強化と区内外の支援機関とのネットワークの強化による包括的な伴走支援
	2 事業者の成長を推進する次代を担う人づくり	3 区内の若手や地域の人材を中心とした多様な人材の確保・定着 4 現場のリーダーとなる中核人材の育成機会の創出
イノベーションを起点とした成長志向の産業育成 将来像実現に向け注力	3 「新しい稼ぎ方」への転換支援	5 外部に開けた事業承継・新規創業支援と産業のトレンドを活用した事業継続支援 6 M&A、データ活用、海外展開等を足掛かりとした業態転換・事業拡大支援
	4 事業者間ネットワークの構築によるイノベーション創出	7 「板橋重点イノベーション分野」を中心としたイノベーション創出をリードするスタートアップの育成 8 「板橋重点イノベーション分野」を中心とした多領域での連続したイノベーション創出支援
産業の成長と区民生活の融和	5 情報発信・ブランディングによる区外事業者の誘引	9 産業全体の付加価値向上と事業者の利益につながるブランディング 10 イノベーション・エコシステムの形成・拡大につながる産業情報の発信
	6 次世代を中心とした区民と区内産業の距離を縮めるインナーブランディング	11 区民が区内産業に共感する原体験となるにぎわい機会の創出 12 将来の区内産業を担う児童・生徒・学生を育てる次世代教育
	7 社会実装を通じた体感機会の創出	13 イノベーションを高速化するための社会実証フィールドと社会実装フィールドの整備 14 区内事業者と区民の双方に実利を生み出す社会実装の仕組の構築

戦略実行のために必要な機能を備えた産業支援施設の整備と工業専用地域の機能維持

第2章 2035年に向けた産業振興

3 戦略に基づく施策

(2) 施策概要

戦略1：区内産業を内側から支える産業支援体制の構築

施策1) 区内事業者と支援機関が一体となった産業マネジメント組織の組成

背景

人口減少社会において産業を成長させるために、オープンイノベーションや産官学連携の促進はこれまで以上に必要性が増しています。板橋区においても、事業者・支援機関の連携促進に取り組んできましたが、さらに事業者・支援機関同士の連携を広げ、深め、区内産業の課題や必要な取組を面的に把握し、取組を柔軟に見直していく必要があると考えています。

目的

区内産業の課題や必要な取組を面的に把握して、各取組を連動させることによって、成果を最大化する

概要

板橋区の産業振興に関わる、行政、大学等の研究機関や医療機関、金融機関といった支援団体と、地場の中小企業、大企業・中堅企業、スタートアップ等の区内事業者が、産業振興構想の将来像に共感して主体的に産業振興を推進していく組織体を構築します。そして、面的に把握した区内産業の課題と産業振興に係る世の潮流を踏まえた、将来像の実現に向けて必要な取組の設計や、各施策の連携・効果測定等、板橋区における産業振興施策の見直しや再構築をスピード感を持って実行していきます。

施策2) コーディネート機能の強化と区内外の支援機関とのネットワークの強化による包括的な伴走支援

背景

経済情勢の変化・技術革新により、事業者が抱える経営課題は複雑かつ高度化しています。この状況を受け、板橋区は、事業者支援の拡充や、それぞれの支援策が有機的につながるコーディネート機能等、支援内容・支援体制の変革が求められていると考えています。

目的

事業継続支援に留まらず、業態転換・事業拡大やイノベーション創出・社会実装等、難易度の高い多様な挑戦を後押しする

概要

事業者の課題に対して包括的な伴走支援を可能にする支援体制の整備、それぞれの支援策が有機的につながるコーディネート機能等の強化および区内の専門人材や区内外の専門支援機関との連携を強め、適切な支援を事業者へ提供できるネットワークの強化に取り組みます。

戦略2：事業者の成長を推進する次代を担う人づくり

施策3) 区内の若手や地域の人材を中心とした多様な人材の確保・定着

背景

わが国での人口減少・高齢化の進展により、労働人材の確保がさらに難しくなっていく中で、従来の採用手法では限界があります。また、キャリアプランが多様化し、苦勞して採用した人材がすぐに流出してしまうことも、中小企業の人材不足の深刻化を招いています。一方、都内に立地する板橋区においては、人材確保を進めるうえで居住人口の多さが強みになると考えています。

目的

区内事業者の人材不足を解消し、人材の定着を図る

概要

イノベーションを起点に新産業を創出することによる魅力ある事業者の増加や、産官学の連携強化による魅力ある大学づくりと連動して、区内の若手人材・地域人材や、女性・高齢者・障がい者・外国人などを含めたこれまで採用できていなかった新たな人材の確保を支援します。また、産業全体での適材適所を図ることができる雇用の推進や、事業者が採用した人材の定着を促すための支援を行っていきます。

施策4) 現場のリーダーとなる中核人材の育成機会の創出

背景

わが国での人口減少・高齢化の進展により、労働人材の確保がさらに難しくなっていく中で、従業員一人ひとりの労働生産性を高めるための人材育成がより重要となります。特に、人材不足が深刻な中小企業において、今後求められる、新規事業やイノベーションの創出を行っていくには、経営者に近い視点で事業を推進することのできる現場のリーダーとなる中核人材を育成していくことが不可欠です。

目的

性別・年齢を問わず意欲のある人材が活躍できる環境を整え、現場のリーダーとなる人材を育成する

概要

産業全体でのイノベーション創出を推し進める中で、新規事業やイノベーション創出など難易度の高い課題に取り組む実践機会を提供することで、性別・年齢を問わず意欲のある人材がより活躍し、現場のリーダーとなる中核人材が継続的に増えていくための人材育成支援を行います。

第2章 2035年に向けた産業振興

3 戦略に基づく施策

(2) 施策概要

戦略3：「新しい稼ぎ方」への転換支援

施策5) 外部に開けた事業承継・新規創業支援と産業のトレンドをフル活用した事業継続支援

背景

わが国での人口減少・高齢化の進展により、廃業者の増加と後継者の不足は全国的な課題となっており、創業比率が都平均を下回る板橋区では、新規創業が活発になる仕組が必要です。

また、AIの台頭によるDXへの対応やカーボンニュートラルな製品・サービスへの変革等、産業を取り巻く世の中の流れへの適応が、事業継続の前提となっていきます。

目的

区内事業者や技術力の承継・継続と新規創業者数の増加によって、区内産業の維持と競争力の向上をめざす

概要

区内における廃業情報を区内外へ連携することや、社外の人材や区外の人材等広い範囲を視野に入れた後継者マッチング等による事業承継支援や新規創業支援を行います。また、DXやカーボンニュートラル等、今後、区内事業者が事業を実施していくうえで前提となるような世の中の流れへ対応するだけでなく、使いこなすための導入支援を行います。

施策6) M&A、データ活用、海外展開等を足掛かりとした業態転換・事業拡大支援

背景

頻繁な技術革新によって市場環境が大きく変化している中、一つの事業だけでは事業者の長期的・持続的な成長が難しくなっています。そのため、主力事業の継続的な成長だけでなく常に新たな事業の立ち上げ・拡大に挑戦し、事業の多角化を図っていく必要があります。また、国内で人口減少が進む中、事業を成長させるためには、国内外問わず新たな顧客の確保も必要となります。

目的

積極的な利益拡大を望む事業者の成長を加速させる

概要

積極的な利益拡大を望む成長意欲の高い事業者に対して、海外市場も視野に入れた販路の拡大や、M&A等を通じた非連続な事業の拡大、新技術・データを活用した業態転換等の支援を行います。

戦略4：事業者間ネットワークの構築によるイノベーションの創出

施策7) 「板橋重点イノベーション分野」を中心としたイノベーション創出をリードするスタートアップの育成

背景

多くの産業で、製品・サービスの機能や品質に差が無くなり価格競争が進む中で、付加価値の高い分野で新たな需要を生み出すためには、社会課題解決を起点としたイノベーションの創出と、革新的な技術を持つスタートアップを確保・育成する必要があります。また、高い技術力を持つ区内事業者の多さや、都心へのアクセスがよく、都心に比べ地価の安い板橋区は、今後多くのスタートアップを呼び込むことが出来る可能性があります。

目的

板橋区のイノベーション・エコシステムの成長を促進する存在として、「板橋重点イノベーション分野」を主要な事業領域とするスタートアップを確保・育成していく

概要

地域・規模を問わない事業者間のネットワーク構築や社会実装の機会等を活用し、創業初期から事業化までに課題を抱えるスタートアップを主な対象とした、販路獲得支援や知財活用支援等に取り組んでいきます。また、区内事業者との連携や区内での事業実施に関心のあるスタートアップは立地場所を問わずエコシステムの成長を促進する存在として重視します。

施策8) 「板橋重点イノベーション分野」を中心とした多領域での連続したイノベーション創出支援

背景

イノベーションの創出を持続させるためには産・官・学・スタートアップのエコシステム形成が必要となります。板橋区では、区内事業者同士の連携に加え、これまで出会う機会がなかった新たな事業者とのつながりや密な連携機会の提供によって、イノベーションを生む関係性へと進化させていく必要があります。また、区の強みである光学は多くの成長分野に活用できる基盤技術であり、この強みを活用することで、「板橋重点イノベーション分野」を中心とした区内における多くの産業領域でのイノベーション創出が可能であると考えています。

目的

大企業・中堅企業を巻き込んだ事業者間ネットワークを形成し、「板橋重点イノベーション分野」を中心とした多くの産業領域で、持続的にイノベーションを創出していく

概要

産業のインフラとしての新たな連携機会の提供や、ヘルステック・スペーステック・ドローンテック等光学の強みが活きる「板橋重点イノベーション分野」を中心に、板橋区が物理学発祥の地であるという歴史的価値や技術力を活かした産官学連携によるディープテックの推進や区内での研究・開発フィールドの提供、それらによる理系人材の育成等を行います。

第2章 2035年に向けた産業振興

3 戦略に基づく施策

(2) 施策概要

戦略5：情報発信・ブランディングによる区外事業者の誘引

施策9) 産業全体の付加価値向上と事業者の利益につながるブランディング

背景

多くの産業で製品・サービスの機能や品質に差が無くなり価格競争が進む中で、付加価値を高めるためのブランディングの必要性は増えています。板橋区は国史跡「陸軍板橋火薬製造所跡」のエリア内に旧理化学研究所板橋分所の建造物を有し、この地を中心に高い技術力を誇る産業を生み出してきたストーリーを持ちます。板橋区産業がさらなる付加価値の向上を実現するには、商業や農業など業種ごとのブランドの強化を推し進めるだけではなく、板橋区産業全体でのブランドの確立が必要です。

目的

「板橋区産」・「板橋区発」であることを製品・サービスの販売拡大につなげる

概要

板橋区産業全体での付加価値を高めると同時に、区内外からの認知度を高めるため、これまでの各業種でのブランドの強化と、板橋区産業全体でのブランドの整理・確立を行います。

施策10) イノベーション・エコシステムの形成・拡大につながる産業情報の発信

背景

販路の拡大やイノベーションにつながる区内外の事業者の連携を促すには、区内事業者・区内産業が区内外に幅広く知られることが不可欠です。一方、情報発信は成果が表れるまでに時間と費用がかかるため、個々の事業者が行う情報発信には限界があります。

目的

新しいイノベーションを起こそうとする意欲のある区外事業者や団体を巻き込み、イノベーション・エコシステムを拡大する

概要

関わりの薄い事業者の強みや概要を把握できる区内産業の情報発信や、意欲のある区内事業者の認知度が高まる機会の提供および区内のイノベーション創出事例等の区外への発信、さらには、産業ブランドを掲げた、区の主導による積極的な情報発信や他地域との交流を行っていきます。

戦略6：

次世代を中心とした区民と産業の距離を縮めるインナーブランディング

施策11) 産業に共感する原体験となるにぎわい機会の創出

背景

板橋区は工業・商業・農業を中心として伝統ある産業が根付いていますが、居住者の移り変わりや産業に触れる機会の減少により、新たに転入してきた区民や子どもを中心として区民の産業への理解が薄れていっている状態にあります。一方、高い技術力を持つ工業、生活との接点の多い商業、都内で貴重な農地を持つ農業と、多様な産業が根付く板橋区は、産業への誇りを生み出しやすい環境にあります。

目的

子どもが産業に興味を持つきっかけの創出や、産業ブランドの区民への浸透によって、区民も産業振興に関わっているという当事者意識を生み、産業振興につながるアクションを促進する

概要

イノベーションによって生み出した技術の区内への実装や、工業・商業・農業での連携等を通じて、生活と産業との接点になる体験価値の高いにぎわい機会を提供することで、区民の区内産業への共感を生み出していきます。

施策12) 将来の区内産業を担う児童・生徒を育てる次世代教育

背景

親世代において区内産業に触れる機会が減少していることから、次世代を担う区民となる区内児童・生徒も同様に、区内産業の理解や愛着が育ちにくい状況です。これにより、将来の区内産業を担う人材の不足につながる可能性があります。

目的

区民の区内事業者への就職率の向上と区内における起業家の輩出を促す

概要

産官学連携の強化や産業支援施設の高度化、社会実装の推進の中で生まれる産業と触れ合う機会や、実践的なビジネスの経験機会を提供することにより、児童の産業への興味・関心を喚起する次世代教育や、中学生から大学生を対象にした実践的な起業家育成まで幅広く取り組み、短期・長期両面での、次世代教育を行っていきます。

第2章 2035年に向けた産業振興

3 戦略に基づく施策

(2) 施策概要

戦略7：社会実装を通じた体感機会の創出

施策13) イノベーションを高速化するための社会実証フィールドと社会実装フィールドの整備

背景

多くの領域で持続的にイノベーションを生み出すには、生み出した新たな製品・サービスを生活で利用できるようにするための社会実装の場を整備し、事業化のスピードを速める必要があります。また、区内の各地域で再開発が進み、新たな実証・実装フィールドを生み出しやすい環境にあります。

目的

社会実証から社会実装までを一貫して行える環境を整え、イノベーション創出のスピードを速め、新産業の創出と集積を促進する

概要

光学に関わる成長分野を中心とした領域で必要となる実証フィールドの整備や、規制緩和等による他の実証フィールドとの差別化に取り組みます。また、生み出した技術・製品の実装フィールドの整備や社会受容性の向上支援も行います。

施策14) 区内事業者と区民の双方に実利を生み出す社会実装の仕組の構築

背景

区内事業者、特にBtoB事業者にとって、販路を区内だけではなく区外へ広げていくことが必要となります。一方で、区内事業者の技術・製品が区内に実装されることは、区民生活の質の向上につながり、区民が区内産業の価値や社会へ与える影響の大きさに気づきかけとなります。

目的

生み出したイノベーションの区内への実装を促進することで、産業の成長と区民生活の利便性の向上の連動を図る

概要

創出したイノベーションと整備された実証フィールド・実装フィールドを活用し、区内の社会課題（ニーズ）と区内事業者の技術力（シーズ）が合致する領域を見定めます。また、「地域貢献活動に留まらず着実な経済利益につながる」、「人材の定着やブランディングにつながる」といった区内事業者へのメリットと、「区内の生活課題が解決される」、「区内産業への誇りが生まれる」といった区民へのメリットがもたらされる社会実装の仕組みを構築します。

戦略横断

施策15) 戦略実行のために必要な機能を備えた産業支援施設の整備と工業専用地域の機能維持

背景

板橋区には、ものづくり研究開発連携センターや企業活性化センター等の産業支援施設があります。個別事業者への支援に加えて、7つの戦略を実行していくためには、産業支援施設における新たな機能の整備や、新たな事業者の利用促進が必要になります。

目的

工業専用地域の機能を維持し、産業支援施設をイノベーション・エコシステムが循環・拡大していくためのハブとして機能させる

概要

7つの戦略の実行に必要な区の産業振興の拠点として伴走支援の入り口となる機能、事業拡大・販路拡大を支援する機能、スタートアップの育成やイノベーションを創出する機能、区外から事業者を誘引するための情報発信・ブランディング機能、区民が産業に触れられる場の提供等によるインナーブランディング機能等を備えた産業支援施設を整備していきます。

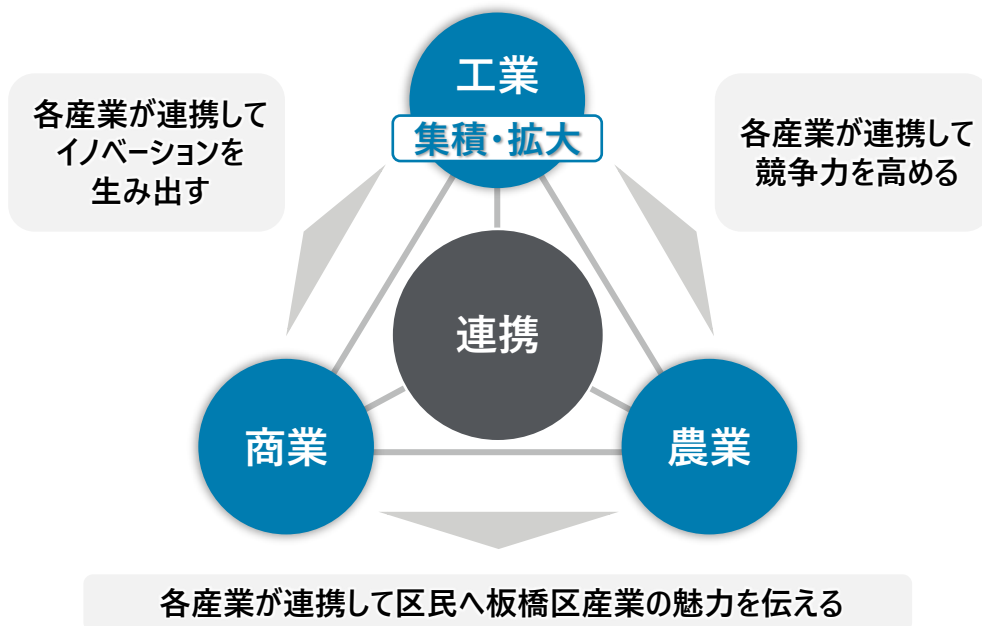
そのために、すでにある産業支援施設だけではなく「（仮称）産業ミュージアム」等の新たな施設の活用を図ります。また、整備した施設を運用しながら機能の見直しを続けます。

ものづくり企業が集積する工業専用地域においては、立地状況の把握や立地企業のニーズ調査等、企業誘致などの立地促進までを視野に入れた工業専用地域の機能維持を図ります。

4 各業種の方向性

(1) 業種間の連携の方向性

工業が中核でありつつ、工業・商業・農業と多様な産業が集積する板橋区においては、産業全体の競争力強化と、区民生活と産業の接点を増やすことを目的に、工業の集積・拡大を起点とした工業・商業・農業の連携を促進していきます。



展開イメージ（案）

工業×商業の方向性： ドローンや絵本産業等を活用した販路・集客力の強化

今後の区内商業においては、EC（電子商取引）需要への対応と実店舗での高い体験価値の提供が求められるようになり、商業が持つ人と人がつながる交流の場としての活用機会が広がっていきます。一方、今後の区内工業では、光学を中心とした成長分野としてドローンを注力領域と捉えており、また、印刷・同関連業においては特殊印刷等の新技術への注力および絵本領域への注力を進めます。

そこで、例えば、ドローンを活用した店舗からの自動配送等を行うことによるEC需要への対応や、特殊印刷技術を活用した広告等による実店舗への集客および絵本産業を活用した異業種間のブランディングの強化を行うことで、商業の競争力強化と、工業の区内での顧客獲得や区民への理解浸透につなげます。

工業×農業の方向性： ヘルスケア・ドローン等を活用したにぎわい創出力の強化

今後の区内農業においては、区民の生活の潤いとなることを第一に、他地域では体験できない農を通じたにぎわい機会の提供や農に触れる区民のすそ野拡大をめざしていきます。一方、今後の区内工業では、光学を中心とした成長分野としてヘルスケア・ドローンを注力領域として考えています。

そこで、例えば、農作業を補助するスマート農業技術と健康改善に資するヘルスケア技術を活用した、幅広い区民を交えたコミュニティファームの運営や、収穫体験以外に子供が農と触れ合う機会として栽培状況をデータで確認するドローン利用体験のサービス提供等で、農業のにぎわい創出力の強化と、工業の区内での顧客獲得や区民への理解浸透につなげます。

第2章 2035年に向けた産業振興

4 各業種の方向性

(2) 工業の方向性

板橋区工業の方向性

東京23区内で上位の工業集積を誇り、都内陸部随一の工業専用地域を持つ板橋区において、工業は**区内産業の中核を担う存在**として、印刷・同関連業、光学・精密機器産業、食料品製造業や鉄鋼業、化学工業等、区が強みを持つ製造業の集積を維持しつつ、地場産業である光学・精密機器産業や印刷・同関連業を中心にイノベーション創出の起点となり新産業を創出していきます。

また、区の強みである充実した交通網や物流拠点をこれまで以上に活用し、工業全体での競争力強化をめざします。

方向性1：

工業都市として発展を続けるための工業集積の維持・拡大

様々な製造業で製造品出荷額等が都内上位を占める工業都市として、親族外継承等、これまでよりも広い範囲を視野に入れた事業承継や新規創業の促進による事業所数減少の抑制と、事業者の意欲に応じた支援や高い技術力の継承により、工業全体での集積を維持します。特に、工業専用地域における企業誘致など立地促進を強化し、工業集積の拡大を図ります。

(注力施策) 施策2、施策5、施策15

方向性2：

区内のイノベーション創出のけん引

都内屈指の工業都市として、高い技術力を活かし、地場産業である光学・精密機器産業や印刷・同関連業を中心に、商業・農業等、区内他産業との連携をけん引し、多領域でイノベーションを創出していく起点となります。

(注力施策) 施策8

方向性3：

新たな物流網の構築による産業の成長

都内と都外をつなぐ結節点に位置し、主に新河岸・高島平エリアに大型倉庫やトラックターミナル、ドローンフィールドを併設した都内最大級の物流拠点が集積することの強みを活かし、ドローン産業の集積・発展による陸空連携や、共同配送や新技術の導入による新たな物流網の構築等によって板橋区工業の競争力強化をめざします。

(注力施策) 施策6、施策7

板橋区光学・精密機器産業の方向性

高い技術力を誇る事業者が多数存在し、「光学の板橋」として区内を代表する産業となっている光学・精密機器産業は、**国内のトップ産業をめざし区内産業の成長をけん引することを目的**に、技術力を活かした成長分野でのイノベーション創出や、国内外のネットワークの強化による競争力の向上および区内の看板としてさらなるブランドの強化に取り組みます。

方向性1：

ヘルステック・ドローンテックを中心とした成長分野でのイノベーション創出

光学技術を活用した成長分野かつ、区内での社会実装を推進できる可能性の大きいヘルステック・ドローンテックを中心に、世界に誇る技術力の成長につながるスペーステックや、光学・精密機器産業の技術を用いて製造されるハードを必要とするAI領域等を含めた、区内でのイノベーション創出に取り組み、光学を核とした新産業の集積を進めます。

(注力施策) 施策7、施策8

方向性2：

国内外の広域ネットワークの強化

光学を軸とした事業者・大学・研究機関等の団体との国内外のネットワークを基盤に、事業において協働しやすい関係性の強化と、これまでつながることができていなかった新たなプレイヤーとのネットワークを構築していきます。

(注力施策) 施策8

方向性3：

区内の看板としてのブランド強化

「日本物理学会の中心的な場所」というストーリーと、世界に誇る光学技術を以って、板橋区産業の看板として、産業集積・発展につながるブランドの強化、積極的な情報発信を行っていきます。

(注力施策) 施策9

4 各業種の方向性

(2) 工業の方向性

板橋区印刷・同関連業の方向性

長い歴史と高い技術力を持ち光学・精密機器産業と並ぶ地場産業でありつつ、需要の減少が他産業より急速に進んでいる印刷・同関連業は、**地場産業としての伝統を守りつつ変革のモデルとなる**ことをめざし、新技術への注力やソリューションビジネスへの転換といった変革と、比較的紙需要が維持されている絵本領域での産業成長を通じた技術・伝統の維持を両立させます。

方向性1： 新技術への注力やソリューションビジネスへの転換

紙需要の急速な減少へ対応し印刷・同関連業を維持していくべく、特殊印刷・専門印刷等の新技術への注力による競争力の維持と、印刷・同関連業で培ってきた知見を活用した製造業からサービス業への事業拡大を推進する支援を行います。

(注力施策) 施策6、施策8

方向性2：「絵本のまち板橋」ブランドと連動した絵本産業の創出による高い技術力の維持・発展と稼ぐ力の強化

著名な絵本が板橋区から全国へ届けられていることの発信や、クリエイターとの連携の促進および海外展開の促進等、「絵本のまち板橋」ブランドと連動した取組によって絵本に関連する事業者が集積する絵本産業を区内に創出し、世界に誇る印刷・製本技術の維持・発展と稼ぐ力の強化につなげます。

(注力施策) 施策5、施策6

(3) 商業の方向性

板橋区商業の方向性

区内の各地に多くの商店街が存在し、地域住民の生活に根付いてきた歴史を持つ一方、居住者の移り変わりやデジタル化の進展により、集客力の低下が懸念される板橋区商業では、商店街の組織力強化や個店の魅力強化および商店街・個店・大型店舗等の**垣根を超えた事業者間の連携の推進により、次世代区民・通勤者等の新たな消費者の獲得**をめざします。

生活に根付く商業の魅力を高めることで、商業圏が生活における目的地になり、まちへの愛着や誇りを生むことにつなげます。

方向性1： 継続した商店街の組織力強化

長い歴史を持ち、地域住民の生活拠点である商店街を維持・発展させるために、今後の経営の基盤となるDXへの対応強化や個々の経営力強化、にぎわい創出や集客力の強化といった取組を、商店街全体で主体的に推進していくための組織力の強化に取り組みます。

(注力施策) 施策5、施策11

方向性2： 個店の集客力と経営力の強化

消費者のニーズを捉えた商品開発やPRおよび工業・農業と連携したイベント等により個店の魅力が高まり、新たな人をまちに呼び込む集客の起点となるよう、個店の集客力と経営力の強化を行います。

(注力施策) 施策5、施策8

方向性3： 商店街・個店・大型店舗等の垣根を超えた連携の促進

規模や形態が異なる商店街、個店、大型店舗は、それぞれが抱える顧客接点、や強みが異なります。同じ商業圏の中で連携して、それらの顧客接点を互いに活用することで、地元住民だけではなく、通勤者や移住者、次世代区民等、新しい消費者を獲得していきます。

(注力施策) 施策5、施策6

4 各業種の方向性

(4) 農業の方向性

板橋区農業の方向性

東京23区内で貴重な農地を保有することの強みを活かし、板橋ならではの新たな農の価値創造により、区民生活に彩りと豊かさをもたらすことを第一に、継続した農地保全と農家の維持・育成に取り組みつつ、区内農地でも活用できるスマート農業技術の導入や新たな農地の活用による農との触れ合い機会の創出、育成した農業人材の活躍の場を広げる中で都市農業への挑戦を後押ししていきます。

方向性1： 継続した農地保全と農業人材の育成

これまでの取組を継続し、東京23区内で貴重な農地の保全と、農家の減少に歯止めをかけるとともに、農業人材の育成に努めます。地産地消の取組やにぎわいイベントでのサービス提供など、育成した農業人材の活躍の場を広げていきます。

(注力施策) 施策3

方向性2： 新たな「農との触れ合い機会」の創出

スマート農業技術や新たな農地の活用などにより、区内の児童・生徒を中心にしつつ、幅広い年代の区民が農業と触れ合う機会を増やし、農業に触れる区民のすそ野を拡大していきます。

(注力施策) 施策11、施策12

方向性3： 都市農業への挑戦

小規模かつ多品種少量生産が主流である区内の農地でも実現できるスマート農業の実践や、気候変動等に対応した農業技術の活用など、都市農業への挑戦を後押しします。さらに、板橋ならではの農業ブランドの確立など、新たな農の価値の創造をめざします。

(注力施策) 施策4、施策6、施策8

第3章 産業振興構想の推進体制

1 構想の達成度合いの測り方

(1) 成果指標と目標値の設定における考え方

10年間の長期構想である本構想の将来像を実現するためには、定期的に達成状態を可視化し、各施策の見直しを行っていくことが不可欠です。そのため、本構想の達成状態を評価するための最重要成果指標（以下「KGI」という。）と、達成箇所と未達成箇所を判断するための重要成果指標（以下「KPI」という。）を設定します。

KGI・KPIは以下3つの要件を満たす板橋区独自の指標を設定します。

成果指標の要件

区の産業振興施策の成果が反映され
真摯に結果に向き合うことが出来る

目標値の達成が産業の発展につながっていることが
実感できる

区と事業者が共に
目標値の達成に向けて取組める

KGI・KPIに板橋区独自の指標を用いるため、KGI・KPIは構想策定時には目標値は設定せず、調査結果を踏まえて目標値を設定します。また、経済環境の変化に合わせて目標値を定期的に見直します。

(2) 設定する成果指標

① 成果指標の全体像

前項の考え方にに基づき以下の成果指標を設定します。

将来像	新たな発見に出会える、ブランド創造都市
KGI	板橋区の産業振興政策によって創出された経済効果
将来像実現の柱	時代の変化を乗り越える産業基盤の強化
KPI①	人材が充足していると感じている区内事業者の割合
将来像実現の柱	イノベーションを起点とした成長志向の産業育成
KPI②	「板橋重点イノベーション分野」に参画した事業者に本分野への参画がもたらした経済効果
将来像実現の柱	産業の成長と区民生活の融和
KPI③	工業・商業・農業が区民生活の質を向上させていると感じている区民の割合
工業	
KPI④-1	板橋区工業全体の成長を支える工業専用地域における工業事業者の集積割合
KPI④-2	世界に誇る技術力を持つ板橋区工業ブランドを実感している区内外のひと・事業者・団体の割合
商業	
KPI⑤-1	板橋区商業を応援している消費者の数
KPI⑤-2	生活に根付き愛される板橋区商業ブランドを実感している区内外のひと・事業者・団体の割合
農業	
KPI⑤-1	板橋区ならではの新たな形の農業に取り組む場所の数
KPI⑤-2	生活に潤いと豊かさをもたらす板橋区農業ブランドを実感している区内外のひと・事業者・団体の割合

第3章 産業振興構想の推進体制

1 構想の達成度合いの測り方

(2) 設定する成果指標

② 成果指標の概要

本構想における最上位の成果指標であるKGIは将来像に対して設定します。

将来像	新たな発見に出会える、ブランド創造都市
KGI	板橋区の産業振興政策によって創出された経済効果

2035年の将来像として、創出された産業ブランドが区内事業者の付加価値となっている状態をめざします。そのため、**区の産業振興政策が板橋区産業の経済的な成長に貢献できているか**を、板橋区産業の売上だけではなくプロモーション効果や社会的活動などこれまで定量化出来ていなかった価値を含めて測ることで、区内事業者と共に将来像の実現をめざします。

KPI①～③は将来像を実現する3つの柱に対して設定します。

将来像 実現の柱	時代の変化を乗り越える産業基盤の強化
KPI①	人材が充足していると感じている区内事業者の割合

板橋区産業を支える人材が産業の基盤であるため、人材の確保および育成支援を通じて、区内事業者が必要とする人材を十分に確保できているかを測ります。

将来像 実現の柱	イノベーションを起点とした成長志向の産業育成
KPI②	「板橋重点イノベーション分野」に参画した事業者に 本分野への参画がもたらした経済効果

板橋区のイノベーションを加速させる原動力である「板橋重点イノベーション分野」の成長が板橋区産業全体の成長につながるため、本分野に参画した事業者へのイノベーション創出支援や社会実装支援を通じた本分野がもたらす経済効果を測ります。

将来像 実現の柱	産業の成長と区民生活の融和
KPI③	工業・商業・農業が区民生活の質を向上させていると 感じている区民の割合

板橋区産業が社会にもたらす価値を区民に発信し、**板橋区産業の成長が区民から応援されている状態をめざす**ために、インナーブランディングや社会実装を通じて板橋区産業が区民生活の質を向上させていることを実感している区民の割合を測ります。

第3章 産業振興構想の推進体制

1 構想の達成度合いの測り方

(2) 設定する成果指標

②成果指標の概要

KPI④～⑥は板橋区の工業・商業・農業それぞれに対して設定します。

工業	
KPI④-1	板橋区工業全体の成長を支える工業専用地域における工業事業者の集積割合
KPI④-2	世界に誇る技術力を持つ板橋区工業ブランド※を実感している区内外のひと・事業者・団体の割合

板橋区産業の中核を担う工業では、工業都市としての基盤であり工業におけるイノベーション創出の拠点となる工業専用地域において、区内でさらなる工場を必要としている事業者の移転や立地拡大、新たに事業所を開設する区外事業者の誘致等による工業集積が維持されているかを測ります。

また、区内外の事業者に選ばれ、多くのイノベーションを生み出していくために、世界に誇る技術力を持つ板橋区工業の魅力が、板橋区工業に関わる区内外のひと・事業者・団体に実感を持って広がっているかどうかを測ります。

商業	
KPI⑤-1	板橋区商業を応援している消費者の数
KPI⑤-2	生活に根付き愛される板橋区商業ブランド※を実感している区内外のひと・事業者・団体の割合

次世代区民・通勤者等新たな消費者の獲得をめざす商業では、商店街・個店・大型店舗の連携や経営力の強化を通じて、自身の居住地や利用の利便性に関わらず板橋区商業が好きという理由で板橋区商業を利用する消費者を獲得できているかを測ります。

また、区内外の消費者に選ばれ続けるために、生活に根付き消費者から愛される板橋区商業の魅力が、板橋区商業に関わる区内外のひと・事業者・団体に実感を持って広がっているかどうかを測ります。

農業	
KPI⑥-1	板橋区ならではの新たな形の農業に取り組む場所の数
KPI⑥-2	生活に潤いと豊かさをもたらす板橋区農業ブランド※を実感している区内外のひと・事業者・団体の割合

板橋区農業は、農家・農地が減少する中でこれからも生活に潤いと豊かさをもたらせるよう、これまでとは異なるやり方や新しい土地の活用を通じて新たな形の農業に取り組んでいるかを測ります。

また、多くの区民に農との触れ合いを届けられるよう、生活に潤いと豊かさをもたらしている板橋区農業の魅力が、板橋区農業に関わる区内外のひと・事業者・団体に実感を持って広がっているかどうかを測ります。

※各産業の「ブランド」とは、「各産業に関わる区内外のひと・事業者・団体が、共通の認識を持っている各産業の魅力や価値」のことを指します。各産業が持つこれまでの魅力や価値と今後生み出していくべき魅力や価値の両方を踏まえて、「施策9）産業全体の付加価値向上と事業者の利益につながるブランディング」によって、より強固な板橋区の産業ブランドとしてリブランディングを図ります。

また、10年間で各産業のブランドは定期的に見直します。

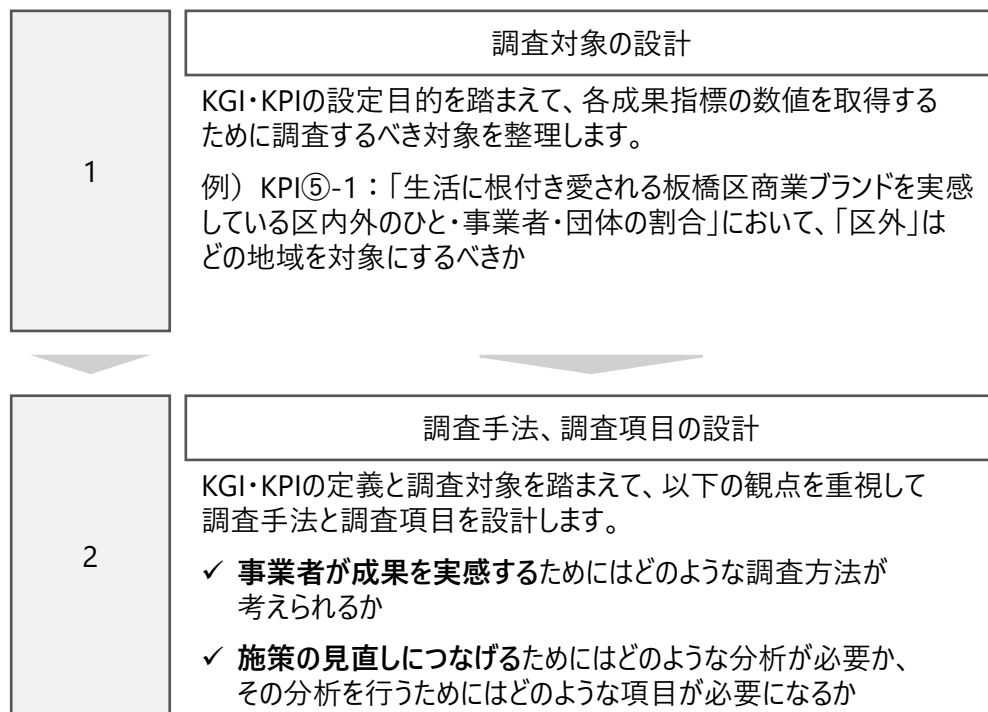
1 構想の達成度合いの測り方

(3) 成果指標の取得方法

本構想で定めるKGI・KPIは新たな板橋区独自の成果指標であるため、構想策定段階では目標値を定めず、本構想で定める構想期間において定常的に調査を行います。各成果指標の調査においては、成果指標の数値を向上させる目的を踏まえて、調査対象、調査手法、調査項目を設計します。

また、産業振興構想の成果を区内事業者と区民の皆様が実感できる機会を調査機会と合わせて創出していきます。

成果指標の取得方法の設計プロセス



2 成果の評価・推進体制

(1) 成果の評価・推進体制

前項で定めた成果指標を基に、**産業振興施策の見直しの必要性を判断し、見直した産業振興施策を推進していく必要があります。**

板橋区の産業振興施策全体を俯瞰して、産業振興構想の達成状況と環境の変化に合わせて産業振興施策を再構築できる評価・推進体制を組成します。

組織の組成は、施策1「区内事業者と支援機関が一体となった産業マネジメント組織の組成」にて取組みます。

また、定期的に各成果指標の調査を実施し構想の達成状態を分析します。分析結果を用いて産業振興施策を見直し、事業計画への反映を行うサイクルを高頻度で実施することで、区内産業の状態に合った産業振興施策の実施につなげます。

各成果指標の調査結果と見直した産業振興構想を定期的に公表し、区内外の事業者・団体・ひとと共に将来像の実現をめざします。

